vinetur

La hostelería organizada de Gran Bretaña registra caídas de más del 20% en las ventas de espirituosos

El panel de NIQ refleja retrocesos del 23,5% y del 20,9% en los locales bajo seguimiento

lunes 23 de noviembre de 2026



Las ventas en valor de espirituosos en la hostelería de Gran Bretaña comenzaron noviembre con caídas interanuales de más del 20%. NielsenIQ (NIQ) informó el pasado 20 de noviembre de que la categoría retrocedió un 23,5% en la semana terminada el pasado 7 de noviembre y un 20,9% en la terminada el pasado 14 de noviembre, siempre frente a los mismos periodos de 2025.

Los datos proceden del servicio Daily Drinks Tracker de NIQ y se refieren a establecimientos hosteleros de gestión organizada incluidos en su seguimiento. El ámbito geográfico es Gran Bretaña, por lo que engloba Inglaterra, Escocia y Gales, pero deja fuera a Irlanda del Norte.

La segunda lectura mejora frente a la primera, aunque el ajuste sigue siendo muy pronunciado. Entre una semana y otra, el descenso se reduce en 2,6 puntos porcentuales. Esa variación no implica que las ventas hayan subido un 2,6% de una semana a otra, sino que la caída frente al mismo tramo del año anterior fue algo menor.

La compañía no ha difundido importes absolutos en libras ni datos de volumen para esta categoría. Por ese motivo, no es posible calcular qué cantidad de facturación se perdió en esas dos semanas ni elaborar una variación acumulada específica para los espirituosos a partir de estas cifras.

Tampoco hay desglose por tipo de destilado, precios o efecto de la inflación. Con la información disponible no puede saberse si el retroceso se concentró en una parte del surtido, si respondió a cambios de precio o si se tradujo de forma directa en una menor venta física de producto.

La referencia interanual compara cada semana con su equivalente de 2025, una fórmula habitual en este tipo de paneles porque permite medir el arranque del mes frente al mismo momento del año anterior. En este caso, el resultado dibuja un inicio de noviembre débil para una categoría que suele mirar con atención la recta previa a la campaña navideña.

NIQ se presenta como una empresa de medición de mercados y comportamiento del consumidor con presencia en más de 90 países y 23.000 clientes. En este caso, sus cifras ofrecen una fotografía del canal hostelero bajo seguimiento, no del conjunto del mercado británico de espirituosos.

Ese matiz es relevante al interpretar los porcentajes. El panel recoge la evolución de los locales incluidos en la muestra y no permite trasladar de forma automática el mismo comportamiento a toda la hostelería ni al comercio alimentario. Tampoco sirve, por sí solo, para atribuir la caída a un cambio concreto en la demanda, a decisiones de precio o a una menor afluencia de público.

Pese a esa cautela metodológica, las dos lecturas publicadas por NIQ muestran una misma dirección: el consumo en valor de espirituosos dentro de la hostelería organizada de Gran Bretaña se situó en ambos casos muy por debajo del nivel de un año antes al comenzar noviembre.